

2001 年 9 月 17 日(月)日本テレビ 会長社長定例記者会見 要旨

①

記者： 来期のG戦の概要について内容が固まったということで、社長の方からお願いします。

萩原社長：

結論から言いますと、来年の巨人戦ナイターに関する放送枠の編成に関しましては、今年と同じということで、従来通り7時から9時がナイターの定時枠で、最大限 30 分延長で9時24分までというのを原則といたします。

どうしてかって事をおっしゃる方もいるかとは思いますが、現在わが社の巨人戦の視聴率は 15.7%であります。昨年に比べまして 3.7%のマイナスということで、はっきり申し上げて痛いですが、15.7%という平均視聴率、これは商品価値としてはまだ、十分に高いものであるという意識があります。

視聴率的、営業的に検討した結果、現状で行こうということであります。まあ、15.7%って簡単に言いますけどね、新番組で 15.7%取ろうと思ったら大変な数字です。レギュラーの平均視聴率は、巨人戦の数字を除きますと、だいたい 15.9%とか 16%とかそれぐらいの数字をとっております。

従いまして、巨人戦を入れると多少減ることは事実なんですけれども、1年間で通算すれば、視聴率的にはそれ程大きな差にならないということも、ひとつございます。

記者： この 3.8%マイナスというのは、どのような要因からこうなったと。

萩原社長：

イチロー、新庄人気というのが一つの社会現象となって、スポーツ誌はもちろんのこと、一般のニュースでもかなり上位ランクで出てくるような、社会現象化している。だいたい1分位の放送時間で、打ったところ、走ったところ、投げたところ、ファインプレーしたところを、全部パパパッと編集して見せますから、本当にイチローも新庄もカッコよく見えるじゃないですか。

ただ、野茂の時もそうだったんですが、1年目は騒がれますけども、2年目はかなり活躍しても、当たり前になっちゃうと、必ずしも今のような状況が続くと思えないんですね。そうすると、むしろ彼らの功績が、もしかしたら日本の野球からちょっと離れていたかもしれない人たちの目を 野球に戻したという功績はあると思うんですよ。

だからそっちの関心が無くなった時、興味が薄れた時に、日本の野球にもう一回目を向けてくれる可能性はあると思います。

あとは、やっぱりザッピングの影響というのは、非常に大きいと思います。1分きざみで出る平均ですから、昔のような20何%というような数字はちょっと望めないと思います。裏番組が非常に強くなっているというのはありますね。各局研究して。我々もそうですけれども、“野球の裏ではこういう番組が強い”っていうのは散々研究しつつしてますから。

記者： 来年の視聴率は、どのように想像されてますか？

萩原社長：

試合内容にもよりますし、ペナントレースの展開にもよりますが、まだ十分盛り返す可能性はあると思います。

記者： 今年番組上いろいろ工夫といいますか、されたかと思うんですけども、来季も今季以上にいろいろ新たな企画とかを？

萩原社長：

そうですね、僕は本来、スポーツ中継もエンターテイメントだと思うんですよね。だから、クイズがあってもいいだろうし、タレントさんが上手く“かめる”ならば、からんでもちっとも構わないと思います。という工夫は、視聴率を取るためにあるいはジャイアンツ戦の人気を、離れつつある人を戻すというというか、当然 工夫しなければならないと思います。

もう一つ一番肝心なことは、野球そのものが面白くなった時に、その面白い野球をきちんと伝える中継技術を持ちたいということです。うちの野球中継というのはNO1だということは、自負しております。これは、他に比べたらダントツに上手いんだけど、本当に野球はこういう所が面白いんだぞ、ってところを、最近のディレクターはきちんと伝えてくれているだろうかと、多少感じないでもないんですよね。もう一回、野球の面白さというのを撮り逃さないようにすること。アナウンサーはそれをきちんと伝えること。そういったことも基本としては必要だと思います。

② CS110 度放送開始に伴うG戦中継への対応＜氏家会長＞

記者： 来年、放送開始が期待されておりますCS110°の方なのですが。

氏家会長：

これは、全部頭から終わりまでやろうと思って、ジャイアンツの方と話を進めています。

これは、いろいろと権利料などというものも必要になりますからね。ジャイアンツのほうはたくさん欲しいでしょうし、こっちはCSがまだゼロに近いからそれほど、出せないだろうし。そのへん、どこに落ちつくかってことが今後の話し合いですけどね。しかし、長いことグループの一つとしてやってきた訳ですから、まあ、落ちつくところに落ちつくかなって感じには思ってますけどね。それが、形がつけば万事解決ということで、問題は無いと思います。

記者：それは、ペイテレビということになるんでしょうけれども、料金体系なんてものは、どんなふう考えてますか？

氏家会長：

これは、今CSの方で考えてますが、普及が先決ですから安くやった方がいいなと考えてますね。CSの普及はBSの普及との兼ね合いがあるんですよ。だから、BSがたくさん普及してくれば、CSも見ることが出来る状態っていうのは増えてきますから。CSにとってもいい状況になる。そのへんの相関関係の中で考えるべきでしょうね。

記者：安い値段っていうのは、だいたい月々何 100 円というのを考えればいいんですか？

氏家会長：

これは今ね、参加してくれる方のご要望もあるだろうからね、それと相談して決めて行くだろうと思います。プラットフォームというプラットフォームがありますから、そこで、みなさんと決めることになります。

記者： 有料には違いないということですか、無料でということはないということですね。

氏家会長：

有料はね、許可条件だから。だから、有料にしない訳にはいかないんですよ。初めは無料でもかまわないんだけどね、普及させるまではね。

萩原社長：

全体のCSのチャンネルプランが出来てないんですよ。全体のチャンネルプランが出来た上で今度 有料課金するにしても、今度どういうパッケージでやるかといったこともかんできてますから、まだちょっと巨人を中継するチャンネルがいくらかってところまではわからないですね。

質問：ケーブルテレビでも当然配信されるようになるんですけれども、NNN24 の巨人戦の扱い方なんていうのは、？

氏家会長：

NNN24 がCATVに対する配信としては、今まで通りお客さんがいますしね、それから、ジャイアンツにいくら支払うかっていうような契約も出来てますからね。これは、そのままいけるだとうと思っています。

記者： こちらのNNN24 トップアンドリレーは従来通り？

氏家会長： やる方針です。

③ 10 月改編の目玉と狙い＜萩原社長＞

記者： 10月改編の目玉と狙いを萩原社長から。

萩原社長：

我々はともかく年間と年度の3冠王を7年続けておりますので、これをとにかく、まず8年を必ず確保するということですが、これに関しては、はっきり今年は取れたと思ってます。従って 10 月改編はですね、今年勝つためというよりか、来年、再来年、つまりこのまま勝ち続ける。9年連続 10 年連続をするための、布石の改編であると思っていただきたいと思います。

ズームイン朝を含む、朝帯の構造改革をしたのもそのためです。もしかしたら、今年だけのことを考えたら変えないほうがいいのかもかもしれませんね。

木曜日の8時の「ストーリーランド」を止めてですね「ウルトラショップ」という新番組に変えます。実はストーリーランドの最終回が 15.6% あったんですよ。15%ある番組をやめるのはうち以外ないだろうという気がしておりますけれど。先を読むと、「伊東家の食卓」とか、「ザ！鉄腕！DASH！！」とか「踊る！さんま御殿！！」とか、やっぱり順繰りに柱になる番組を作っていかなきゃならないということになりますと、そこで、できれば 20%台の番組を作りたいということの改編です。

今、いきなり 20%とるなんてことは考えられません。1年くらいの期間を必要とする訳ですから。「伊東家」でもそれくらいかかってますから。ということからすると今のうちからここに新番組を入れて、1 年がかりで 20%にしようということです。

それからもう一つは、若手プロデューサー、ディレクターの育成。社内に競争原理を持ち込んで、ゴールデンではありませんけれども、いろいろな枠で視聴率のノルマを課して、

新しい企画に挑戦させるというようなことも、世代交代ということも考えないと、長く続けられませんから。

そういった意味での企画ですね。まあ、今回やるいろんな改編は、将来を見据えた改編であるということでもあります。

さっきちょっと言い忘れたんですけども、巨人戦の編成なんですけど、サッカーW杯の期間中は、変則的な編成になるかもしれません。

記者：4月に引き続き、ドラマの企画変更とか随分あったようなんですけども、この辺はどのようにお考えですか？

萩原社長：

なるべくなら、こういうゴタゴタで、せっかくご協力いただいている作家やタレントさんに迷惑をかけないように、ちゃんとやらなきゃいけないと思います。社内的にはドタバタしていろんなことがあっても、これはもういいんですけどね。社外の色々な方にご迷惑をかけるのは、やっぱり避けなくてははいけませんね。

記者：W杯っていうのは、巨人戦についてはどうなんですかね？プラスに働くものなんですかね？

氏家会長：これは、いわゆるコミッショナーの方でも、ぶつからないように編成するっていう話してやっているようですからね。30分くらいぶつかるとかそういうことはあるかもしれないけど、完全にダブらせることは無いと思いますね。

④ NHKのインターネットニュース配信＜氏家会長＞

記者：特殊法人であるNHKがインターネットのニュースをやっておりまして、かなりアクセス数も増やしておりますが、その辺はいかがですか？

氏家会長：

一つは、これからデジタル化するときに、ハードの面でNHKと組んで投資してかないと、各系列が勝手にやり始めちゃったら、国家経済全体としたら非常なロスでしょ。そういうことを、それぞれがやれば、NHKも我々もそれぞれのネットワークが、経済的にロスす

ることになるんだから、これは経済効率を考えNHKも一緒になって、デジタル投資はしていくべきであると思う。ただ、業務内容の、ソフトの面については、NHKはあくまで政府機関ですから、政府機関が民業を圧迫するというのは、今の特殊法人どうするかという議論にあらわれているよね、完璧に。それと同じようなことが言えるわけですよ。

特に、NHKのインターネットって、国民から集めた金で、取材して作ったものでしょ。だからもともとは、国家全体に帰属するものであることは事実なんだけれども、言ってみれば、今 米が余ってるから政府が備蓄米買うでしょ、備蓄米がね、あまっついておいしい米があるからって売り出されたら、米の流通機関なんか全滅するよ。民業と官業ってものの関係をきちんとしない限りね、そういうことをやるのはマズイだろうと。これがね、我々としてのNHKに対する基本的なスタンスです。

記者： そういうことだと、放送以外の他のツールでの情報発信は、認められないということですね。

氏家会長：

これはまさに、新聞協会と同意見です。

記者： 現状、NHKが行なっているニュース配信は、この付帯業務という位置付けでこなっているんですが、会長はこれ自身が問題だとお考えですか？

氏家会長： 私はこれ自身が問題だと思っています。

記者： 今、総務省の放送政策研究会のほうでも、NHKの問題を集中討議していますが、そこで、あらためてインターネットへのニュース配信を止めるべきだというような、意見をおっしゃる？

氏家会長：

おそらく、我々に対して、意見を求めてくるんじゃないかと思うんですけどね。その時はきちんとした意見を民間放送連盟としては書きます。それは当然新聞協会も書きますよ。そういう問題については、同じような意見になるんじゃないかな、相談した訳じゃないですけどね。

⑤ テレビ局に関する規制(集中排除)緩和の現状認識と今後の見通し＜氏家会長＞

記者： テレビ局に現在集中排除の規制がかかったんですけど、地方局の合併とか

色々な問題が出てくると思うんですが、この問題を会長から、現状のご説明をお願いします。

氏家会長：

これはね、まだ出てきてませんのでね、なんとも言えませんけども。私自身、どっちの方向に行くか、ちょっと検討がつかないんだけど、

考え方としては、ネットワークごとに地域毎に統合していくという考え方と

ネットワークを無視した 全然別の考え方、今のところ考えられるのは2つの方法なんじゃないかと思います。

で、それがね、どっちの方向に行くのか、これはね各県とか、各ネットワークとかのこれまでの伝統的な関係とか、立地条件の変化がありますから、その考え方によってかなり、方向が変わってくるかなという感じがします。

で、それを我々としては、じっくり見極めようとしてるってところですね。

ただ、私は民間放送連盟の会長としては、今の会員社を全部なんとかして、10 年後も同じメンバーで、あるいは増えるなら増えてもいいんですけど、半減しちゃったりなんかしたら、民放連の事務所がもたなくなっちゃうから、だからそれはなんとか防ぎたいなと思って、最大限の合理的な方法というのを探ろうとしています。

記者：仮に、集中排除の規制がはずれた場合ですね、キー局としては、系列への支配を強めていこうとするのか、それとも、引いて関東ローカルだけで上手くやって行こうと思うのか？

氏家会長：

私はね、規制緩和っていうのが進むっていうのはいいことだと思う。それは、ネットワーク全体の経営効率を高めることだと思うから。今までそれがなさすぎたんで、非常に日本の民間放送はコストが高かった。これは、国の政策がそういうふうにしたってことのツケですけどね。だから、それを直すという意味でよくなっているんですけど、そういう条件はきちんと整備していくことは、必要なんです。ただ、その条件をどうやって扱うかは、今後のそれぞれのネットワーク、ないし経営者の考え方だと、こう申しあげているんです。枠組みだけは、きちんととって置くのはいいことですね。

⑥ BS普及への取組みとBS日テレ 10 月改編の狙い＜漆戸社長＞

記者：現状の取組みと、今後の見通しをお願いします。

漆戸社長：

BSの現状及び将来ということになりますと、やはり、普及が第一最優先課題ということになります。それに対して、普及の要因としては、受像機の価格が安くなるということと、番組の内容が良くなるということが、車の両輪な訳です。第一条件になる受像機が高すぎるって問題ですが、メーカーの方も、ある意味で言うともったく利害関係同じな訳ですから、一生懸命努力してくださっているんですけども、この9月の末から 11 月の末にかけて、各大手メーカーが受像機、新機種の低価格化を図って、それぞれ発表しつつあります。

かつての 40 万 50 万円というのから比べて、30 万円台、20 万円台に値段が落ちてきたということ。これは、大変我々としては歓迎すべきことです。

次に番組内容ですが、BSデジタル放送の特色というのは、ハイビジョンだろうと。

番組といっても、そう地上波と変わる番組があるわけじゃないんで、その特色を見てもらうのが、ハイビジョンというのが、BS普及のためのカギになるだろうと考えています。

また、私共BS日テレだけの問題ではなくて、とくにNHKを含めたBSデジタル放送の全体の問題として、普及を促進して行こうということで、自分たちの媒体を使うだけでなく、地上波にも協力をしてもらおうと。それから、活字メディアにも 10 月から年末1周年にかけての、大キャンペーンを展開して行こうという方向で、相談をしております。

それから、キャンペーンの一連としまして、8社全部の共通の話題としまして、100 日 100 番組、100 番組を各社が、10 いくつずつ分担することになるんで、いわゆるどこの局がいい番組か、お金をかけてやったという訳ではなく、BSデジタル放送業界全体としての、レベルアップを図って行きたいということで、8社で調整しましてどこかの局で、この 10 月くらいから、年内をかけまして、どこかの局で大型番組を1発やっている、それ合わせると 100 発になっているという、キャンペーンを各社で協調してやって行こうと。

記者：あと、2ヶ月くらいで丸1年経ちますけれども、スポンサー動向はどんな感じでしょいか？

漆戸社長：

よくないですね。はっきり申しあげて。これは、去年 12 月にスタートした時は、大型スポンサーが、我々の想像以上についてくれたんです。この7月からは非常に経済動向と同じように、広告業界もあまりよくなかった訳ですから、その影響を受けないわけが無いので、一番先に弱いところに来ているという。従って、4月以降落ち込んでます、さらにこの 10 月改編を控えて、その4月6月よりは落ちています。ですから、各社 12 月の好調さを見て、年間のいろいろ収入予算を立ててるところもあるらしいんですが、そういう状況ではとてもないだろうと思います。

ですから、我々も具体的な数字で言えば、月間4億～5億くらい収入があったところが、

だいたい1億くらい落ちているんじゃないかなと思います。

以 上